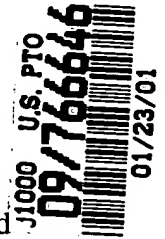


[Handwritten signature]

IN THE UNITED STATES PATENT AND TRADEMARK OFFICE

In re Application of:)	
)	
Youji KOHDA, et al.)	
)	Group Art Unit: To Be Assigned
Serial No.: To Be Assigned)	
)	
Filed: January 22, 2001)	Examiner: To Be Assigned
)	
For: ONLINE SALES PROMOTION)	
METHOD AND DEVICE)	



**SUBMISSION OF CERTIFIED COPY OF PRIOR FOREIGN
APPLICATION IN ACCORDANCE
WITH THE REQUIREMENTS OF 37 C.F.R. § 1.55**

*Assistant Commissioner for Patents
Washington, D.C. 20231*

Sir:

In accordance with the provisions of 37 C.F.R. § 1.55, Applicants submit herewith a copy of the following foreign application:

Japanese Appln. No. 2000-185157
filed June 20, 2000.

It is respectfully requested that Applicants be given the benefit of the earlier foreign filing date, as evidenced by the certified papers attached hereto, in accordance with the requirements of 35 U.S.C. § 119.

Respectfully submitted,
STAAS & HALSEY LLP

Dated: January 22, 2001

By: _____

[Signature]
James D. Halsey, Jr.
Registration No. 22,729

700 Eleventh Street, N.W.
Suite 500
Washington, D.C. 20001
(202) 434-1500

日 本 国 特 許 庁
PATENT OFFICE
JAPANESE GOVERNMENT

別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されて
る事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed
in this Office.

出 願 年 月 日
Date of Application:

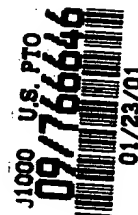
2000年 6月20日

願 番 号
Application Number:

特願2000-185157

願 人
Applicant(s):

富士通株式会社

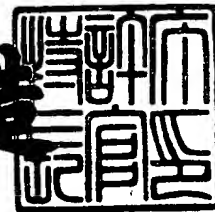


CERTIFIED COPY OF
PRIORITY DOCUMENT

2000年10月27日

特許庁長官
Commissioner,
Patent Office

及 川 耕 造



出証番号 出証特2000-3089036

【書類名】 特許願

【整理番号】 0095187

【提出日】 平成12年 6月20日

【あて先】 特許庁長官 殿

【国際特許分類】 G06F 17/00

【発明の名称】 オンラインセールスプロモーション方法及び装置

【請求項の数】 10

【発明者】

【住所又は居所】 神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号 富士通株式会社内

【氏名】 神田 陽治

【発明者】

【住所又は居所】 神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号 富士通株式会社内

【氏名】 西山 聡一

【発明者】

【住所又は居所】 神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号 富士通株式会社内

【氏名】 村上 公一

【発明者】

【住所又は居所】 神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号 富士通株式会社内

【氏名】 藤田 孝弥

【特許出願人】

【識別番号】 000005223

【氏名又は名称】 富士通株式会社

【代理人】

【識別番号】 100094145

【弁理士】

【氏名又は名称】 小野 由己男

【連絡先】 06-6355-5355

【選任した代理人】

【識別番号】 100094167

【弁理士】

【氏名又は名称】 宮川 良夫

【選任した代理人】

【識別番号】 100106367

【弁理士】

【氏名又は名称】 稲積 朋子

【手数料の表示】

【予納台帳番号】 020905

【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

【物件名】 明細書 1

【物件名】 図面 1

【物件名】 要約書 1

【包括委任状番号】 9807456

【プルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 オンラインセールスプロモーション方法及び装置

【特許請求の範囲】

【請求項1】

ユーザがネットワークを介して第3者から商品を購入するシステムに用いられるオンラインセールスプロモーション方法であって、

前記商品に関する付加情報を第1ユーザに提供可能な前記第3者及び前記商品の指定を、第1ユーザから受け付け、

前記商品に関する商品情報及び第3者をカート識別情報により関連づけて記憶し、

指定された前記第3者に、前記カート識別情報及び商品情報を通知し、

指定された前記第3者のいずれかから前記付加情報を受信し、受信した前記付加情報を前記カート識別情報と関連付けて記憶し、

前記カート識別情報で関連付けられた前記商品情報、第3者及び付加情報を、前記第1ユーザに通知する、

オンラインセールスプロモーション方法。

【請求項2】

前記ネットワーク上で商品を購入するために必要な前記第1ユーザの決済情報を、前記カート識別情報と関連付けてさらに記憶し、

前記第1ユーザから商品の指定及び購入の指示を受け付け、

前記指定された商品を、前記決済情報を用いて購入する、

請求項1に記載のオンラインセールスプロモーション方法。

【請求項3】

前記カート識別情報と第1ユーザとは、互いに関連付けられて記憶されており

前記第1ユーザが他の第2ユーザを指定して譲渡を指示することにより、前記カート識別情報と関連付けられているユーザは、第1ユーザから第2ユーザに変化する、請求項2に記載のオンラインセールスプロモーション方法。

【請求項4】

商品の購入に関する特典をユーザに付与するためのインセンティブ条件を予め決めておき、前記カート識別情報に関連付けられた情報に基づいて前記インセンティブ条件が満たされたか否かを判断し、前記判断に基づいて前記特典をユーザに付与する、請求項2に記載のオンラインセールスプロモーション方法。

【請求項5】

前記カート識別情報に関連付けられた情報に基づいて所定のイベントの発生を監視し、前記所定のイベントが生じた場合、指定されている前記第3者に前記イベントの発生を通知する、請求項1に記載のオンラインセールスプロモーション方法。

【請求項6】

前記第3者に課金するための課金条件を予め決めておき、前記カート識別情報に関連付けられた情報に基づいて前記課金条件に合致する第3者の発生を監視し、合致する第3者が発生した場合、前記第3者へ請求すべき課金情報を記憶する、請求項1に記載のオンラインセールスプロモーション方法。

【請求項7】

前記商品情報に価格が含まれている場合、前記商品情報を収集及び分析し、商品と商品の価格との関係を示す分析結果を算出し、前記第1ユーザ及び／または前記第3者に提供する、請求項1に記載のオンラインセールスプロモーション方法。

【請求項8】

ユーザがネットワークを介して第3者から商品を購入するシステムに用いられる装置であって、

前記商品に関する付加情報を第1ユーザに提供可能な前記第3者及び前記商品の指定を、第1ユーザから受け付ける受付手段と、

前記商品に関する商品情報及び第3者をカート識別情報により関連づけて記憶する第1記憶手段と、

指定された前記第3者に、前記カート識別情報及び商品情報を通知する第1通知手段と、

指定された前記第3者のいずれかから前記付加情報を受信し、受信した前記付

加情報を前記カート識別情報と関連付けて記憶する第2記憶手段と、

前記カート識別情報で関連付けられた前記商品情報、第3者及び付加情報を、
前記第1ユーザに通知する第2通知手段と、

を備えるオンラインセールスプロモーション装置。

【請求項9】

ユーザがネットワークを介して商品を購入するシステムに用いられるオンライン
セールスプロモーションプログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記
録媒体であって、

A；ユーザが商品及び商品の購入予定先を選択したことを受け付けるステップ
と、

B；選択された商品と購入予定先とを、利用者と対応付けて記憶するステップ
と、

C；記憶された情報を、選択された購入予定先に通知するステップと、

D；購入予定先から配信されてきたかつ選択された商品に対する付加情報を、
前記記憶した情報に対応付けて記憶するステップと、

E；記憶された内容に基づいて、選択した商品及び購入予定先と付加情報とを
表示するステップと、

を実行するためのオンラインセールスプロモーションプログラムを記録したコ
ンピュータ読み取り可能な記録媒体。

【請求項10】

ユーザにネットワークを介して希望する商品及び購入予定先の販売者を選択さ
せて希望商品リストを作成させ、

作成された当該希望商品リストを選択された販売者のみに通知し、

ユーザに選択された商品及び／または選択された販売者に応じた広告を、当該
販売者から受信し当該ユーザに配信する、

オンラインセールスプロモーション方法。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】

本発明は、ネットワーク上で製品やサービスを拡販する技術に関する。なかでも、インターネットを介して企業のウェブサイトに掲示された製品やサービスの拡販を促進し、一方でインターネット上で製品やサービスを購入するユーザを支援する技術に関する。

【0002】

【従来の技術】

インターネットの普及につれ、インターネット上で製品やサービス（以下、まとめて商品という）を購入することが一般的となってきている。このような社会の変化に伴い、インターネット上での商品購買技術に関し、様々な技術が提案されている。オンラインショッピングカートはその代表例といえる。

【0003】

U.S.Pat.5,715,314には、典型的なオンラインショッピングカートが記載されている。このカートは商品群が掲載された企業のウェブサイトに置かれ、ユーザは商品群から選択した購入候補品をカートに一時的に置くことができる。また、このカートは決済情報を管理しており、ユーザは購入ボタンを押すことで置いてある購入候補品を一括購入できる。例えば、ウェブフォームへの決済情報の入力が必要な場合、カートは記憶している決済情報を参照してウェブフォームを自動的に埋めてくれる(auto-fill機能)。さらに、ユーザは、購入ボタンを押す前であれば、購入候補品をこのカートから出して購入対象から外すことができる。再度ユーザがウェブサイトを訪問するまで、このカートは置かれた購入候補品をそのまま保存する。

【0004】

しかし、前記U.S.Pat.5,715,314では、ある企業のウェブサイトのカートに別の企業の商品を置くことまでは想定されていない。そこで、U.S.Pat.5,895,454では、複数の企業の商品を一括しておくことが出来るオンラインショッピングカートを開示している。このカートは、ポータルサイトにおかれ、ユーザはポータルサイトと提携している企業の商品を1つのカートに置いて比較検討することができる。

【0005】

その他、以下のようなカートの付加機能も提案されている。

1) 比較ボタンを押すと、オンラインショッピングカートに置いた購入候補品を対象に価格比較検索が行なえる。ただし、価格比較検索の範囲となるサイトは、オンラインショッピングカートを提供する企業が提携しているサイトである。提携サイトから手数料を徴収することで、オンラインショッピングカートサイトの提供企業は収益を得る。

【0006】

2) ユーザは、オンラインショッピングカートをギフトレジストリとして使用することができる。具体的には、オンラインショッピングカートの内容を、指定した相手に公開し、カートに置かれている商品をギフトとして購入してもらう。

3) ユーザが目的別に複数のオンラインショッピングカートを設定することができる。例えば、「孫へのプレゼントの購入を目的としたオンラインショッピングカート」、「夏休みの旅行計画用のオンラインショッピングカート」などである。

【0007】

4) オンラインショッピングカートをユーザ端末に置き、オフライン時にもオンラインショッピングカートを見たり、編集したりできるようにする。

【0008】

【発明が解決しようとする課題】

以上述べたように、オンラインショッピングカートの本来の目的は、購入候補品の購入であるが、他にも重要な機能がある。それは、購入すべきかどうか迷っている品を一時的にストックする機能である。実際の店舗においても、ショッピングカートにいったん商品を入れたものの、考え直して棚に戻すことがある。オンラインショッピングカートに商品を置きながら購入には至らないケースがかなりの割合にのぼるという実態調査結果が報告されている。

【0009】

そこで、ユーザが買うかどうか迷っている商品について、ユーザの購入を促進するような付加情報を商品提供者からカートに置くことが出来れば、商品提供者はユーザが興味を持っていると分かっている商品について広告することができ、

高い拡販効果を期待できる。オンラインショッピングカートの価格比較機能がユーザに歓迎されていることを考慮すれば、ユーザとしても、他の企業からの積極的な提案を歓迎すると考えられる。実際、ユーザの購入意志を複数の企業に知らせ、企業から積極的な販売提案をするビジネスが存在し、人気を得ている実状がある。

【0010】

前述した従来のオンラインショッピングカートの形態のうち、企業のウェブサイトカートがある場合には、その企業はカート内容を見ることができるから、積極的な販売提案をする機会が与えられる。ところが、他の企業はカートの内容を見ることができず、ユーザに積極的な販売提案などをできない。ユーザからすれば、複数の企業の商品を比較検討できないことになる。

【0011】

また、ポータルサイトにオンラインショッピングカートがある場合、ポータルサイトはカートの内容を提携企業に見せることが可能である。しかし、購入意志はユーザのプライバシー情報と言えるので、ポータルサイトがユーザの許可なくカートの内容を教えたり、広告情報などの付加情報を送り込むことには問題がある。そこで、ポータルサイトが提携している企業にカートの内容を通知しても良いという契約を、ポータルサイトとユーザとが予め結んでおく必要がある。ただしこの場合でも、カートの内容を通知したり広告を送ってくる企業を、ユーザが選択する余地がない。

【0012】

ギフトレジストリ機能では、ユーザA自身で他のユーザBを指定し、その人にカートの内容を見せることができる。しかし、ユーザBが広告等の付加情報をそのオンラインショッピングカートに置く仕組みは提供されていない。

さらに、ユーザのパーソナルコンピュータ（PC）にオンラインショッピングカートがある場合には、ポータルサイトも企業もカートの内部を見ることができない。従って、ユーザにとって有用と思われる付加情報を提供することができない。

【0013】

以上述べたように、従来のオンラインショッピングカートにおいては、カートの持ち主と第3者との間で、積極的な購入の意志の通知やその通知に対する提案を行う仕組みが提供されていない。

本発明は、オンラインショッピングカートの持ち主が許可する範囲内で第3者が付加情報をカートに付加することを可能とすることにより、ユーザが商品を購入する際の助けとし、一方で商品の拡販を促進する技術を提供することを目的とする。

【0014】

【課題を解決するための手段】

本願第1発明は、前記課題を解決するために、ユーザがネットワークを介して第3者から商品を購入するシステムに用いられるオンラインセールスプロモーション方法であって、

A；前記商品に関する付加情報を第1ユーザに提供可能な前記第3者及び前記商品の指定を、第1ユーザから受け付け、

B；前記商品に関する商品情報及び第3者をカート識別情報により関連づけて記憶し、

C；指定された前記第3者に、前記カート識別情報及び商品情報を通知し、

D；指定された前記第3者のいずれかから前記付加情報を受信し、受信した前記付加情報を前記カート識別情報と関連付けて記憶し、

E；前記カート識別情報で関連付けられた前記商品情報、第3者及び付加情報を、前記第1ユーザに通知する、

オンラインセールスプロモーション方法を提供する。

【0015】

この方法によれば、ユーザは、第3者を指定して自己のオンラインショッピングカートの内容を見せ、カート内の商品に関する提案や広告などの付加情報をその第3者からカートに提供してもらうことが出来る。ユーザにとっては、有益な情報を提供してもらうことにより、良い商品をより適正な価格で購入することができる。また第3者にとっては、ユーザが購入する可能性の高い商品に関する広告のチャンスを与えられることになる。

【0016】

所定の商品情報には、商品だけでなく、その商品の販売者、販売価格などが含まれる。

付加情報は、第3者によって異なり、特に限定されない。例えば、広告、クーポン、領収書、保証書、マニュアルが挙げられる。また、同じ商品を購入した別のユーザからのコメントなどを付加情報とすることもできる。

【0017】

第3者に送信するカートの内容には、商品だけでなく付加情報や指定された第3者も含まれることが好ましい。また、カートの内容を第3者に送信するタイミングは、指定された第3者の指示があったとき、カートの内容が変化したとき、所定時間毎など、特に限定されない。

同様に、付加情報をカートの持ち主に通知するタイミングも特に限定されない。例えば、カートの持ち主の指示があったとき、第3者が指示したときなどを挙げることが出来る。

【0018】

本願第2発明は、前記第1発明において、前記ネットワーク上で商品を購入するために必要な前記第1ユーザの決済情報を、前記カート識別情報と関連付けてさらに記憶しておくオンラインセールスプロモーション方法を提供する。この方法では、第1ユーザから商品の指定及び購入の指示を受け付け、指定された商品を、前記決済情報を用いて購入する。

【0019】

本願第3発明は、前記第2発明において、前記カート識別情報と第1ユーザとが互いに関連付けられて記憶されているオンラインセールスプロモーション方法を提供する。この方法では、第1ユーザが他の第2ユーザを指定して譲渡を指示することにより、カート識別情報と関連付けられているユーザは、第1ユーザから第2ユーザに変化する。

【0020】

商品を置いたカートを、カートごと他のユーザに譲渡することが出来る。例えば、ユーザAは、お歳暮候補商品を3つ選んでカートに置き、決済を済ませてユ

ーザBに譲渡する。譲渡されると、カートの名義はユーザAからユーザBに変わる。但し、ユーザBは、このカートの中の商品を変えたり、決済の上限額を変えたりすることが出来ないことが好ましい。また、カートの中の決済情報はユーザBに見えないようにシールドされている必要がある。ユーザBが商品を選択して購入を指示すると、商品はユーザBに届けられ、金額はユーザAのクレジットカードにより支払われる。

【0021】

本願第4発明は、前記第2発明において、商品の購入に関する特典をユーザに付与するためのインセンティブ条件を予め定めておくオンラインセールスプロモーション方法を提供する。この方法では、カート識別情報に関連付けられた情報に基づいてインセンティブ条件が満たされたか否かを判断する。この判断に基づいて特典をユーザに付与する。

【0022】

例えば、第3者を所定数以上指定している場合、そのカートでの購入には一定の割引率を与えることが考えられる。

前記第5発明は、前記第1発明において、カート識別情報に関連付けられた情報に基づいて所定のイベントの発生を監視し、前記所定のイベントが生じた場合、指定されている前記第3者に前記イベントの発生を通知するオンラインセールスプロモーション方法を提供する。

【0023】

例えば、指定されている第3者が全部で10社あったのが3社に減った場合、そのことを残りの3社に通知する。第3者は、自社商品を買ってもらう可能性が高くなったチャンスにすかさず広告を打つなどの手段をとることができる。

本願第6発明は、前記第1発明において、第3者に課金するための課金条件を予め定めておくオンラインセールスプロモーション方法を提供する。この方法では、カート識別情報に関連付けられた情報に基づいて課金条件に合致する第3者の発生を監視し、合致する第3者が発生した場合、前記第3者へ請求すべき課金情報を記憶する。

【0024】

例えば、指定されている第3者であって、広告などの付加情報をカートに提供した場合や、付加情報を提供した後に商品を購入してもらった場合などに、第3者に課金する額を予め決めておく。課金額は第3者毎に異なっても良い。条件に合致した第3者を抽出し、請求額を蓄積しておく。蓄積した結果に基づいて適当なタイミングで第3者に請求を行うことにより、カート提供者は利益を得ることが出来る。

【0025】

本願第7発明では、前記商品情報に価格が含まれている場合、商品情報を収集及び分析し、商品と商品の価格との関係を示す分析結果を算出し、第1ユーザ及び/または第3者に提供するオンラインセールスプロモーション方法を提供する。

商品情報からどんな商品がどのくらいの値段で売れているのかの統計を取り、ユーザや第3者に提供する。ユーザは、どのくらいの値段で買うのが適正かが分かる。また第3者は、他社の価格と自己の価格やサービスとのバランスを考えながら、マーケティング戦略を練ることが出来る。

【0026】

本願第8発明は、ユーザがネットワークを介して第3者から商品を購入するシステムに用いられる装置であって、受付手段と、第1記憶手段と、第1通知手段と、第2記憶手段と、第2通知手段と、を備えるオンラインセールスプロモーション装置を提供する。

受付手段は、前記商品に関する付加情報を第1ユーザに提供可能な前記第3者及び前記商品の指定を、第1ユーザから受け付ける。第1記憶手段は、前記商品に関する商品情報及び第3者をカート識別情報により関連づけて記憶する。第1通知手段は、指定された前記第3者に、前記カート識別情報及び商品情報を通知する。第2記憶手段は、指定された前記第3者のいずれかから前記付加情報を受信し、受信した前記付加情報を前記カート識別情報と関連付けて記憶する。第2通知手段は、前記カート識別情報で関連付けられた前記商品情報、第3者及び付加情報を、前記第1ユーザに通知する。

【0027】

本願第9発明は、ユーザがネットワークを介して商品を購入するシステムに用いられ、下記A～ステップを実行するオンラインセールスプロモーションプログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体を提供する。

A；ユーザが商品及び商品の購入予定先を選択したことを受け付けるステップ

B；選択された商品と購入予定先とを、利用者に対応付けて記憶するステップ

C；記憶された情報を、選択された購入予定先に通知するステップ、

D；購入予定先から配信されてきたかつ選択された商品に対する付加情報を、前記記憶した情報に対応付けて記憶するステップ、

E；記憶された内容に基づいて、選択した商品及び購入予定先と付加情報とを表示するステップ。

【0028】

第1発明と同様の作用効果を有する。

本願第10発明は、下記A～C段階を実行するオンラインセールスプロモーション方法を提供する。

A；ユーザにネットワークを介して希望する商品及び購入予定先の販売者を選択させて希望商品リストを作成させ、

B；作成された当該希望商品リストを選択された販売者のみに通知し、

C；ユーザに選択された商品及び／または選択された販売者に応じた広告を、当該販売者から受信し当該ユーザに配信する。

【0029】

この方法は、ユーザの購入希望商品をユーザ指定の販売者にのみ見せ、その販売者からの広告をユーザに提供する。

【0030】

【発明の実施の形態】

本発明においては、オンラインショッピングカート（以下、単にカートという）とは、通常概念より広い意味で用いる。第1に、カートは、購買機能をもたなくてもよい。言い換えれば、購入すべきかどうか迷っている品を一時的にスト

ックする働きだけを持っているものも、カートと呼ぶ。第2に、カートは、購入済みとなった商品を蓄積しておくことができ、購入済み品と購入候補品とを区別してストックする機能を有していても良い。

【0031】

＜発明の概要＞

本発明のオンラインセールスプロモーションシステムにおいては、ユーザ自身が、カートの内容を見せる事業者を指定する。指定された事業者（以下、指定事業者という）は、カートの内容に基づいて、ユーザにとって有用と思われる広告などの外部情報（付加情報に相当）をカートに提供する。ユーザは、自分が興味を持っている商品について複数の企業から提供された外部情報を見比べることにより、自分の希望により一致する商品を選択することができる。一方、事業者にとっては、ユーザが興味を持っていると予め分かっている商品について広告することができ、効果的な拡販効果を期待できる。外部情報を提供する際、指定事業者は、他の指定事業者がユーザに提供している広告も併せて参照することができる。従って、自社商品と他社商品との差をより明確にした広告を打つなど、効果的なマーケティング戦略をとることができる。

【0032】

＜第1実施形態例＞

次に、本発明のオンラインセールスプロモーション方法について、実施形態例を挙げて具体的に説明する。

〔全体構成〕

図1は、第1実施形態例に係るオンラインセールスプロモーションシステムの全体構成図を示す。このシステムは、ユーザ端末1と、EC(E-Commerce)事業者及びカタログ事業者2と、カートサーバ3と、プロキシ4とが、インターネット5により接続されて構成されている。EC事業者2及びカタログ事業者2（以下、事業者という）は、インターネット5上のウェブサイトで商品を販売しており、カートサーバ3の提供者（以下、カート事業者という）と提携している。カートサーバ3は、ユーザにカートを提供している。ユーザは、各事業者のウェブサイトに表示された商品のアイコンをドラッグアンドドロップすることにより、自

分のカートに商品をおくことができる。

【0033】

ユーザ端末1は、プロキシ4を介してインターネット5に接続され、ブラウザによりウェブページを表示する。カートサーバ3はこのプロキシ4のバックエンドに接続されている。ユーザ端末1が事業者2のウェブサイトアクセスした場合、プロキシ4は、カート内容とウェブページとがブラウザで表示されるように、アクセス情報を書き換える。

【0034】

[カートサーバ及びプロキシの機能構成]

(1) 全体構成

図2は、カートサーバ3及びプロキシ4の機能構成を示すブロック図である。また、図3には、カートサーバ3の詳細な機能ブロック図が示されている。図示するように、カートサーバ3は、複数のカート31を有している。また、カートサーバ3は、カート31を運営する上で必要なデータを、カートDB32、ストアDB33、アイテムDB34及び課金DB35に蓄積している。

【0035】

前記DBに加え、カートサーバ3は、管理モジュール36及びパブリッシングモジュール37を有している。管理モジュール36は、ウェブサイトアクセスするユーザのカートを特定し、ユーザ端末1へのコンテンツの提供をそのカートに指示する。パブリッシングモジュール37は、各カートの内容を分析し、その結果をユーザやEC事業者などに提供する。

【0036】

各カート31は、所定の情報を蓄積しており、さらに出力処理部313と、決済情報管理部32と、イベント抽出部33と、課金情報抽出部34と、インセンティブ抽出部35と、通信インターフェース312とを有している。カートに蓄積される情報については後述する。

出力処理部313は、カート内容をブラウザ上での表示に適したHTML形式や、事業者2に送出するためのXML形式に変換する。また出力処理部313は、ユーザからの指示に基づいてカートの内容を書き換える。さらに出力処理部3

13は、事業者2から外部情報を受信し、カートに格納する。

【0037】

決済情報管理部32は、後述する決済情報を記憶しており、これに基づいて決済処理を行う。イベント抽出部33及び課金情報抽出部34は、所定の条件を満たした事業者2に課金する。インセンティブ抽出部35は、所定の条件を満たしたユーザに特典を与える。通信インターフェース312は、カートと事業者2及びカートとプロキシ4との間でデータの送受信を行う。

【0038】

プロキシ4には、通常の機能に加えて書換モジュール41が設けられている。書換モジュール41は、ユーザのカート内容とアクセス先のウェブサイトとがブラウザ上で共に表示されるように、データを加工する。なお、プロキシ4は、いわゆるウェブプロキシ、すなわちファイアウォールに設けられ、外部からのウェブアクセスを遮断する目的で設置されているプロキシとは異なり、本発明の実施のために設けられるものである。

【0039】

(2) カートサーバに蓄積される情報

(2-1) カートDB

カートサーバ3内の各カートには識別番号（以下、カートIDという）が付されており、これらはカートDB32で管理されている。図4(a)に、カートDB32に蓄積されている情報の概念説明図を示す。カートDB32には、カートIDとカートの持ち主とが、対応付けられて記憶されている。持ち主を特定するための情報として、この図では電子メールアドレスを用いている。その他、本システム固有のユーザ識別情報を用いても良い。

【0040】

(2-2) ストアDB

図4(b)に、ストアDB33に蓄積されている情報の概念説明図を示す。ストアDB33には、カート事業者と契約しているEC事業者やカタログ事業者の名称（図中nameタグ）と、各事業者2の識別番号（以下、ストアIDという）（図中store sidタグ）と、各事業者2を示すアイコンのアドレス（図中iconタグ

）と、各事業者2の通信アドレス（図中addressタグ）とが蓄積されている。この通信アドレスは、後述するように、カートの内容を送出するアドレスを決定するために用いられる。例えば図4において、ストアID「0123」で特定される事業者は「赤ちゃん屋」であり、赤ちゃん屋の通信アドレスは「http://akachan-ya.com」である。

【0041】

（2-3）アイテムDB

図5（a）は、アイテムDB34に蓄積されている情報の概念説明図である。アイテムDB34には、カートに置くことができる商品の一覧が蓄積されている。具体的には、各商品の識別番号（図中item idタグ）（以下、アイテムIDという）と、商品名（図中nameタグ）と、商品を示すアイコンのアドレス（図中iconタグ）とが記述されている。ユーザは、アイテムDB34内の商品をカートに置くことができる。各事業者2は、自社商品とこのアイテムIDとを対応させておく。

【0042】

（2-4）課金DB

図5（b）は、課金DB35に蓄積されている情報の概念説明図である。このDBには、ストアID、カートID、課金額、日付及び引き落とし口座が記憶されている。例えば1月ごとに課金額の累計が各事業者2毎に計算され、各事業者2の銀行口座から引き落とされる。

【0043】

（3）各カートに蓄積される情報

次に、各カートに蓄積される情報について、図6～図11に基づいて説明する。

（3-1）決済情報リスト

図6は、決済情報リストに蓄積される情報の概念説明図を示す。決済情報リストは、カートの決済情報管理部32に蓄積されている。決済情報リストには、そのカートの持ち主のクレジットカードに関する情報が蓄積されている。この例では、通し番号などのクレジットID（図中credit idタグ）と、クレジットカード

ドの会員番号（図中numberタグ）と、ユーザ名（図中holderタグ）と、有効期限（図中valid#throughタグ）と、クレジットカードの種類（図中descriptionタグ）とが記述されている。この図では、ユーザ「Taro Fuji」は、MASTERとJCBの2種類のクレジットカードを持っている。

【0044】

（3-2）許可リスト

図7は、許可リスト36（図3参照）に蓄積される情報の概念説明図を示す。許可リスト36には、カートの持ち主がカートの内容を見せることを許可している事業者2（以下、指定事業者という）が記述される。具体的には、ストアID（図中store sidタグ）とカートの送信先アドレス（図中addressタグ）とが記述される。この図では、「赤ちゃん屋」、「人形の五月堂」及び「ギフト本舗」が、指定事業者として許可リスト36に記述されている。

【0045】

（3-3）購入候補品リスト

図8は、購入候補品リスト37（図3参照）に蓄積される情報の概念説明図である。このリストには、ユーザが購入するかどうかを迷っている、または購入を予定している商品のアイテムID（図中item idタグ）と、あれば値段（図中priceタグ）と、あれば事業者名（図中storeタグ）と、商品名とが記述される。図8（a）では、「ジャイアントベア」、「¥12000」が購入候補品リスト37に記述されている。図8（b）では、「ジャイアントベア」、「¥10000」及び「熊本舗」が購入候補品リスト37に記述されている。

【0046】

EC事業者のウェブサイトから商品のアイコンをカートにドラッグアンドドロップしたような場合には、ウェブサイトに掲載されている値段やウェブサイトの事業者名がこのリストに記述される。しかし、カタログ事業者のサイトから商品を選択した場合には、値段及び事業者名はその時点では確定しないので、このリストに記述されないことになる。これにより、購入候補品リストを通知された事業者は、ユーザがどの事業者の商品を選択しているかを知ることができる。事業者は、ユーザが自社商品を選択している場合と他社商品を選択している場合とで

、異なる広告をユーザに提供することが可能となる。

【0047】

(3-4) 購入済品リスト

図9は、購入済品リスト38（図3参照）に蓄積される情報の概念説明図である。このリストには、カートに置かれている商品のうち、購入された商品のアイテムID（図中itemタグ）と、購入した値段（図中priceタグ）と、事業者名（図中store sidタグ）と、商品名が記述される。なお図9では、購入候補品リスト37と購入済品リスト38とが併記されている。購入済品リスト38には、アイテムID「5235」の雛人形を「33堂」で「¥18000」にて購入したことが記述されている。ユーザが購入候補品リスト37でいずれかの商品を選択して購入を指示すると、その商品は購入候補品リスト37から購入済品リスト38に移動する。

【0048】

(3-5) 外部情報リスト

図10は、外部情報リスト39（図3参照）に蓄積される外部情報リスト39の概念説明図である。このリストには、カート内の商品に関して指定事業者から提供された情報が蓄積される。具体的には、このリストには、外部情報の識別番号（以下、広告IDという）（図中ad aidタグ）と、ストアID及び事業者名（図中storeタグ）と、アイテムID及び商品名（図中itemタグ）と、外部情報のコンテンツ（付加情報に相当）（図中ad#bodyタグ）とが蓄積される。

【0049】

この例では、広告ID「222123」は、ストアID「0564」の「人形の五月堂」から、アイテムID「5235」の「雛人形」について、広告「人形の五月堂20%引き好評セール中」が提供されていることを示している。

(3-6) 課金情報リスト

図11は、課金情報リスト310（図3参照）に蓄積される情報の概念説明図である。指定事業者から広告掲載料に相当する手数料を徴収するために、各事業者への課金額がこのリストに予め蓄積されている。具体的には、課金情報リスト310には、事業者名と、課金額と、課金先情報とが蓄積されている。課金先情

報とは、例えば引き落とし先の銀行口座番号である。図11(a)及び(b)は、事業者毎に異なる課金額が設定されていることを示している。

【0050】

(3-7) カート記憶部

カート記憶部311は、カート名、カテゴリリスト、カートのカテゴリ、ギフトフラグを記憶している。カート名はユーザにより任意に設定される。カテゴリ記憶部は、予め準備されたカテゴリリストを記憶しており(図示せず)、指定されたカテゴリをカートのカテゴリとして記憶する。ギフトフラグは、カートがロックしているか否かを示すためのものである。カートがロックされている場合、カート記憶部311にはさらに所定のロック内容が記述される。

【0051】

(4) 事業者に送信される情報

許可リスト36の変化やカート内の商品の変化など所定の送信イベントが生じると、カート内容が指定事業者に送信される。図12は、事業者に送信されるカート内容の概念説明図である。カートの内容は、図に示すように、前述の情報がXML形式に組み立てられてXMLファイルに変換される。このファイルには、下記の情報が含まれている。

【0052】

カートID(図中cart idタグ)、
 カート名(図中nameタグ)、
 カートのカテゴリ(図中categoryタグ)、
 購入候補品リスト(図中wish#listタグ)、
 購入済品リスト(図中settled#listタグ)、
 外部情報リスト(図中ad#listタグ)、
 許可リスト(図中permission#listタグ) および
 事業者がカートに外部情報を提供するときを使う提供先アドレス(図中addresses hrefタグ)。

【0053】

生成されたXMLファイルは、許可リストに記述されているカートの送信先ア

ドレスにそれぞれ送信される。なお、事業者毎に渡す項目を調整しても良い。例えば、ある事業者には図12に示す全ての項目を渡すが、別の事業者には例えば permission#list タグの部分を除いて、すなわち許可リストを渡さないような実施形態もあり得る。

【0054】

〔処理の流れ〕

次に、本オンラインセールスプロモーションシステムが行う処理の流れについて、図面を参照して具体的に説明する。

(1) システム全体の処理

図13はオンラインセールスプロモーションシステム全体の処理のおおまかな流れを示し、図13(a)はカートの表示処理、図13(b)は外部情報の受信処理の流れを示す。

【0055】

まず、カートの表示処理について説明する(図13(a))。この例では、ユーザ端末1上のブラウザがウェブサイトアクセスしたときに、そのユーザのカートをウェブサイトと併せて表示する処理を示している。ユーザがURLを指定してアクセスを要求すると(#1)、プロキシ4はWWWサーバから指定されたウェブサイトの情報を取得する(#2)。

【0056】

次いで、プロキシ4は、カートサーバ3に対し、ユーザが所有するカート进行要求し(#3)、これを取得する(#4)。プロキシ4は、ブラウザに対し、ウェブサイトの情報とカートの内容とを提供する(#5)。

カート内容に変更が加わると(#6)、その変更はプロキシ4からカートサーバ3に送信され(#7)、カートの内容が書き換えられる。その後、新たなカート内容がプロキシ4を介してユーザ端末1に提供される(#8, #9)。これにより、ユーザ端末1上では、カートの表示が更新される。

【0057】

次に、外部情報の受信処理について説明する(図13(b))。カートの内容は所定のタイミングで指定事業者へ通知される(#21)。例えば許可リスト3

6が更新されたり、購入候補品リスト37が変化した場合である。指定事業者は、通知されたカートに対し、広告などの外部情報を提供する（#22）。提供された外部情報は、指定事業者に内容を通知したカートに格納される（#23）。

【0058】

（2）カートサーバが行う処理の流れ

次に、カートサーバ3が行う処理の流れについて、具体例を挙げて説明する。

（2-1）カートサーバのメイン処理

図14は、前述の機能を有するカートサーバ3が行うメイン処理の流れを示す。メイン処理では、カートサーバ3は、カート内容の提供、変更及び指定事業者への通知と、外部情報の受信とを行う。

【0059】

ステップS1、S2；カートサーバ3は、いずれかのウェブサイトアクセスしようとするユーザのカート31があるか否かを判断し（S1）、ある場合には既存のカートの内容をユーザ端末1に提供する（S2）。そのユーザが複数のカートを持している場合、全てのカートを提供しても良いし、アクセス先事業者が指定事業者になっているカートだけを提供しても良い。

【0060】

なお、ユーザがウェブサイトアクセスする毎にカートを提供する必要はない。例えば、ストアDB33に登録されている所定事業者のウェブサイトアクセスする場合のみ、カートを提供するようにしても良い。その場合、アクセス先が前記所定事業者のサイトか否かの判断は、カートサーバ3が行う。

ステップS3；ユーザがカートを持していない場合、カートサーバ3の管理モジュール36は新規のカートを作成するために所定の初期化処理を行う。例えば、管理モジュールは、許可リスト36、購入候補品リスト37、購入済品リスト38、外部情報リスト39など所定の記憶領域を初期化する。また、そのカートにカートIDを付与し、カートDBを更新する。その後、空のカートをユーザ端末1に提供する。ユーザ端末1上では空のカートが表示される。なお、ユーザがカートを持していない場合にいつも新規カートを生成する必要はない。例えば、ストアDB33に登録されている所定事業者のウェブサイトアクセスする場合

のみ、新規カートを提供するようにしても良い。

【0061】

ステップS4、S5、S6；ユーザが購入候補品リスト37の商品を変更した場合（S4）、出力処理部313は購入候補品リスト37を更新し、新たなカートの内容を指定事業者へ送信する（S5）。例えば、新たな商品を購入候補品に加えた場合や、購入候補品を購入した場合、購入候補品を削除した場合などである。各カートの出力処理部313は、カート内容の変化を監視しており、購入候補品リスト37を更新すると、新たなカート内容を記載したXML文書（図12に例示）を指定事業者へ送信する。送信先は、許可リスト36に記述されている各指定事業者の送信アドレスである。送られたカート内容は、各事業者が独自に管理する記憶装置などに格納される。また出力処理部313は、購入候補品リスト37を更新すると、プロキシ4を介して新たなカート内容をユーザ端末1に提供する（S6）。これにより、ブラウザは新たなカート内容を表示する。

【0062】

なお、指定事業者へ送信するカート内容は、必ずしもXML形式に限られないが、この例では、指定事業者がカート内容の加工や利用が容易なXML形式を例にとった。カート事業者とストアDBに登録されている事業者との間では、送受信されるXMLファイルのタグと、各タグに記載されるデータのコンテンツとについて、予め合意をとっておく必要がある。指定事業者は、送信されてきたカートの内容を見て広告などの外部情報を作成し、カートサーバへ送信する。このとき、作成する外部情報は、商品に対して標準的に用意されている広告でも良いし、ユーザ毎にカスタマイズされた広告でも良い。例えば、自社が提供する商品が選択されている場合は御礼メッセージ付にする、他社の商品が選択されている場合には、自社商品の優位性を強調する広告を追加することが考えられる。

【0063】

ステップS7、S8、S9；事業者から広告等の外部情報が送信されて来た場合（S7）、その送信先となっているカートの出力処理部313が通信インターフェース312を介して外部情報を受信する。次いで、出力処理部313は、外部情報を格納するか否かを判断する。事業者は、事業者を特定する情報、例えば

ストアIDとカートIDとを、共に外部情報を送ってることになっている。出力処理部313は、カートID及びストアIDにより、事業者がそのカートにおける指定事業者か否かを判断することができる。指定事業者であれば（S8）、出力管理部は、その外部情報を外部情報リスト39に格納し、カート内容の表示を更新する（S9）。ここでは示していないが、新たな外部情報を指定事業者に送信しても良い。

【0064】

ステップS10、S11、S12；ユーザが許可リスト36に指定事業者を追加または削除した場合（S10）、出力処理部313は許可リスト36を更新する。これに伴い、出力処理部313は、カート内容を指定事業者に送信し（S11）、新たなカート内容をユーザに提供する（S12）。また、許可リスト36から指定事業者が削除された場合は（S10）、削除された事業者に対し許可リスト36から削除された旨が通知される。この通知を受けた旧指定事業者は、事業者自身で管理している外部情報提供先のリストから、そのカートを削除するなどの処理を行う。

【0065】

なお、許可リスト36に新たな事業者を追加する場合、その事業者にかート内容を送信するための送信アドレスを許可リスト36に書き込む必要がある。このアドレスは、カートが所定の方法に基づいて自動的に生成しても良いし、事業者からもらうようにしても良い。いずれの方法を採用する場合でも、事業者とカート事業者との間で送信アドレスの付与方法を予め決めておく必要がある。送信アドレスは、事業者が独自に管理する記憶領域を特定するためのアドレスだからである。

【0066】

ステップS13、S14、S15、S16；ユーザがいずれかの購入候補品を選択して購入を指示した場合（S13）、出力処理部313は、購入候補品リスト37及び購入済品リスト38を更新し（S14）、新たなカート内容を指定事業者に送信する（S15）。また出力処理部313は、新たなカート内容をユーザに提供する（S16）。さらに、決済情報管理部32は、ユーザからどのカー

ドを用いて決済するか指定を受け付け、指示に従った決済処理を行う。購入済品リスト38をカート内容に含めて指定事業者に送信することにより、指定事業者は購入した商品についての無駄な広告を省き、次に購入を期待できる関連商品について広告を行うなどの戦略を採ることができる。

【0067】

ステップS17、S18、S19；ユーザがカートの名前やカテゴリを変更した場合（S17）、出力処理部313はカート名やカテゴリをカート記憶部311に設定する（S18）。次いで、新たなカート内容を指定事業者に送信し（S19）、新たなカート内容をユーザに提供する（S20）。

ステップS21、S22、S23、S24；ユーザ「Taro」が他のユーザ、例えば「Jiro」を指定してカートを贈った場合、そのカートはロックされる。具体的には、例えばカート内の購入候補品を変えられないようにしたり、購入の上限額が設定されたり、購入可能品数が設定されたりする。さらに、元の持ち主「Taro」が設定した決済情報も固定され、これは新たな持ち主「Jiro」が見ることはできない。

【0068】

カートがロックされているか否かを判別可能にするために、各カート記憶部311のギフトフラグ領域を用いる。ギフトフラグがオンであれば、そのカートはロックされているものとして、出力処理部313は所定の情報の変更を受け付けない。

その後、カートサーバ3の管理モジュール36は、カートDB32のユーザ名を指定された他のユーザ名に変更し（S23）、指定事業者に新たなカート内容を送信する（S24）。なお、カートを贈られたユーザ「Jiro」がカート内の商品を指定して購入を指示すると、決済は送り主「Taro」のカードにより行われる。

【0069】

カートサーバ3は、カートが表示されている限り、前記ステップS4～24の処理を繰り返し、カート内容の更新、指定業者への送信、表示の更新を行う。

図14に示した処理では、カート内容を指定事業者に送信するタイミングは、

カート内容が変化したときであるが、他のタイミングも考えられる。例えば、所定時間毎、指定事業者から指示があった場合、ユーザから指示があった場合を挙げることが出来る。

【0070】

(2-2) カートサーバの付随処理

前記メイン処理に加え、カートサーバ3は下記の処理を行うことが好ましい。

(2-2-1) イベント抽出部による処理

前記イベント抽出部33によりカート内での所定のイベントを抽出し、指定事業者へ通知する。例えば、購入候補品数が所定数以下になった場合、指定事業者数が所定数以下になった場合、指定事業者へ通知する。このような場合は、ユーザの購入意志が絞られ購入の時期が迫ってきたと期待できるので、指定事業者にとって貴重な情報である。

【0071】

(2-2-2) 課金情報抽出部による処理

前記課金情報抽出部34により指定事業者へ課金すべきイベントを抽出し、課金DB35を更新する。このイベントの例としては、指定事業者が外部情報をカートに提供した場合、外部情報がユーザに提供された場合、購入候補品が指定事業者から購入された場合が挙げられる。これら所定のイベントが発生すると、課金情報抽出部34は課金情報リスト310を参照して課金すべき額を決定し、前記課金DB35の各事業者のエントリに課金額を書き込む。課金額は事業者毎に課金DB35に蓄積され、例えば1月ごとに累積加算されて各事業者の引き落とし口座から引き落とされる。

【0072】

(2-2-3) インセンティブ抽出部による処理

前記インセンティブ抽出部35によりユーザに特典を与えるべきイベントを抽出し、ユーザに購入代金割引や景品プレゼントなどのインセンティブを与える。イベントの例としては、許可リスト36に指定事業者を新たに付加した場合、指定事業者数が所定数以上になった場合、指定事業者から商品を購入した場合を挙げることが出来る。これらイベントが発生すると、インセンティブ抽出部35は

所定のインセンティブをユーザに与える。本実施形態例では、インセンティブ条件として、許可リスト36内の事業者から商品を購入した場合に商品の購入価格の所定割合を割り引くものとする。許可リスト36への指定事業者の追加を促進するためである。

【0073】

(2-2-4) パブリッシングモジュールによる分析処理

カートサーバ3は、パブリッシングモジュール37によりカート内容を分析し、分析結果をユーザや事業者に提供することができる。例えば、各商品が実際に販売された価格の範囲、最多価格、最高価格、最低価格、販売した事業者の順位といった情報である。またこれに限られず、ユーザや事業者からのニーズに合わせ、様々な情報を分析し、提供することができる。

【0074】

分析結果は、例えばユーザであれば、指定事業者から提案されている価格が適正なものかどうかを判断する目安として用いることができる。また、事業者であれば、他社がどのくらいの価格で販売しているのか、実際に売れる価格はどのくらいなのか、人気商品は何か、などの情報を得ることができる。

(3) プロキシが行う処理

次に、プロキシ4が行う処理について、前記図13(a)を再度参照して説明する。ここでは、説明を容易にするために、ユーザ端末1のブラウザがウェブサイトアクセスした場合にカートを表示する処理であって、ウェブサイトとカートとを別々のウィンドウに表示する処理を例に取る。

【0075】

プロキシ4は、ユーザがウェブサイトアクセスした場合(#1)、WWWサーバからウェブサイトの情報を取得し(#2)、カートサーバ3からそのユーザのカートを取得する(#3、#4)。

さらにプロキシ4は、取得したカート内容とアクセス先ウェブサイトとが、ブラウザで同時に表示されるように、データを加工する。具体的には、プロキシ4は、ウェブサイトとカートとが別々のフレームに表示されるように、ブラウザにマルチフレーム化データを送信する(#5)。

【0076】

ユーザのブラウザ上では、例えば図20に示すように、ウェブサイト201とカート内容202とがマルチフレーム上に表示される。

〔画面例〕

次に、画面例を用いて本実施形態例に係るオンラインセールスプロモーションシステムの機能を説明する。

【0077】

図15(a)及び(b)は、カート内容の一表示例を示す。カート内容として、カート名151、カートのカテゴリ152、許可リスト153、購入候補品リスト154及び外部情報リスト155が表示されている。図15(a)では、許可リスト153及び購入候補品リスト154はテキストで表示されている。購入候補品リスト154に表示されている販売価格は、EC事業者やカタログ事業者のウェブサイトに表示されている販売価格である。例えば、購入候補品リスト154の中の「ジャイアントベア、10000円、熊本舗(株)」は、熊本舗のウェブサイト上に表示されている10000円のジャイアントベアを、ドラッグ&ドロップしてカートに置いた結果である。

【0078】

さらに、図15(a)では、外部情報として広告が、購入候補品リスト37の商品毎に、バルーン155の中に表示されている。このバルーン155は、例えばマウスカーソルを商品に重ねると表示される。また、許可リスト36の「更新ボタン」156及び購入候補品の「購入ボタン」157が表示されている。ユーザが更新ボタン156を押すことにより、許可リスト36の更新ウインドウ(c)が表示され、許可リスト36を更新することができる。また、ユーザが購入候補品を選択して購入ボタン157を押すことにより、選択した商品の決済が行われる。

【0079】

図15(b)では、許可リスト153及び購入候補品リスト154がアイコンで表示されている。また、外部情報リスト155は、購入候補品リスト37の下に、別ウインドウで表示されている。

図15(c)の許可リスト36更新ウインドウでは、ストアDB33に登録されている事業者が「お店リスト」として表示されている。ユーザは、「お店リスト」の中から任意の事業者を指定し、「追加ボタン」を押すことにより、その事業者を「カート受信者」（許可リスト36）に登録する。また、「カート受信者」から任意の事業者を指定して「削除ボタン」を押すことにより、その事業者を許可リスト36からはずすことができる。

【0080】

図16(a)及び(b)は、カート内容の別の表示例である。図16(a)では、許可リスト163及び購入候補品リスト164が共にアイコンで表示されており、しかも許可リスト163は地図の形態で表示されている。地図が現実の店舗の位置を表示しているときには、許可リスト163に載っている事業者が実際にはどこに位置しているかをユーザが把握し易くなる。地図が仮想都市空間を表している場合でも、許可リスト163に載っている事業者のユーザの観点から見た特性を、ユーザは視覚的に把握しやすくなる。地図は、仮想空間における都市空間の配置、仮想空間において店舗種別毎に分類された区画を表しても良いし、ユーザの好みにより配置された都市空間でも良い。図16(b)では、許可リスト163と購入候補品リスト154とが混在して表示されている。

【0081】

図17(a)は、カートの名前を変更する場合に表示される画面例である。図17(b)は、カートのカテゴリを変更する場合の画面例である。例えば、図15や図16の画面例において、カート名やカテゴリ名をダブルクリックすることにより、これらのウインドウが表示される。カート名はユーザが任意に付けることができ、カテゴリ名は所定のカテゴリリストからいずれかを選択する。カテゴリ名を入力するフィールドで矢印ボタンを押すことにより、カテゴリリストのプルダウンメニューが表示される。

【0082】

図18(a)及び(b)は、購入候補品と購入済品とがカート内で識別可能に表示されている例を示す。図18(a)では、購入済品の「雛人形(2体)」に「済」マークが表示されている。またこの図では、外部情報としてメーカーの保証

書が提供されている。図18(b)は、購入済品のアイコンを網がけ表示して区別している。この図では、メーカーからの保証書は、別フレームに表示されている。

【0083】

図19(a)及び(b)は、広告以外の外部情報が提供されている例を示す。両図共に、外部情報として、同じ商品を購入した別のユーザからのその商品に対するコメントが表示されている。図(a)ではバルーンの中に、図(b)では別フレームに、それぞれ表示されている。このように、外部情報としては、各事業者が、ユーザの購買意欲をそそるために好みの情報を用いることができ、他に領収書、マニュアルなど特に限定されない。

【0084】

図20は、カートを他人にギフトとして送付する場合の画面例である。図20(a)では、高鳥屋のウェブサイト201、カート202の3つのフレームが表示されている。この画面は、ユーザが高鳥屋のウェブサイトアクセスした場合に、そのウェブサイトとユーザのカート内容とが、プロキシ4により同一画面に表示された例である。

【0085】

さらに詳しく説明すれば、図20(a)は、お歳暮コーナーの3つの商品から2つをギフトの候補として選択した場合の、譲渡される前のカートを示している。高級のりと選択洗剤パックとが選択されている。この状態で送付ボタン203を押すと、例えば贈り先や決済に用いるカードを指定する画面(図示せず)が表示され、贈り先やカードの種類を指定することができる。

【0086】

図20(b)は、カートの贈り先のユーザに表示される画面例である。送り主が選んだ2つの商品が、購入候補品として表示されている。また、購入候補品の提供者の1つから広告が届いている。ユーザが洗濯洗剤パックを選択して決定ボタン204を押すと、送り主が指定したクレジットカードによる決済が行われる。

【0087】

図21は、1日のスケジュール欄が1つのカートになっている画面例を示す。この画面例においてウインドウの一番下には許可リスト211が表示されている。ユーザは、文字列に続けて「?→」を入力することにより、要求をスケジュール欄に書き込む。図21(a)の例では、ユーザは早朝に新幹線で移動すること及びその日の宿泊を要求している。許可リスト36の事業者は、このカートを見て、宿泊場所や新幹線チケットの提案を行う。

【0088】

図21(b)は、事業者からの提案が表示されている画面例である。この図では、提案内容と提案者とが、要求対象のスケジュール部分に表示されている。ユーザは個々の提案を1つずつ選択したり、複数の提案をまとめて選択して一括購入することもできる。この画面で所望の商品を選択し、購入ボタン212を押すと、図22の画面に移行する。

【0089】

図22は、ユーザが何らかの宿泊及び交通機関のチケットを購入した後の画面例を示す。購入した商品が対応するスケジュールの位置に表示されている。

図23は、オンラインオークションにカートを適用した画面例を示す。買い手が欲しいと思う複数の商品を1つのカートに置くと、その複数の商品の売り手は、まとめ買いにみあう割引をユーザに提案することができる。この場合、許可リスト36はオークションサイトの所有者によって固定されている。

【0090】

図24は、カートサーバ3により提供される分析情報の表示例である。この図では、製品毎に、売り上げ数、最低価格、最高価格、最多価格、販売店ランキングが表示されている。作成した分析情報のなかから購入候補品リストに登録されている商品に関する情報を抽出し、各ユーザのカートの外部情報として配信しても良い。これにより、ユーザは現在事業者から提案されている内容が自分にとって有利なものかどうかを客観的に判断することが可能になり、ユーザの購入意欲を高めることにつながる。

【0091】

＜第2実施形態例＞

次に、第2実施形態例に係るオンラインセールスプロモーションシステムについて、図面を用いて説明する。

図25は、第2実施形態例に係るオンラインセールスプロモーションシステムの全体構成図である。本実施形態例においては、カートサーバ3を設けず、カートサーバ3と同様の機能を有するカートクライアントを各ユーザ端末1に設ける。また、カートクライアントをユーザ端末1に搭載させるのではなく、WWW(World Wide Web)にプラグインとしてカートクライアントの機能を実装することも考えられる。その場合、カートクライアントの機能は、そのウェブページとともに一緒にダウンロードされる。

【0092】

例えば、ユーザがオンラインショッピングカートに対応したウェブサイトにアクセスすれば、そのウェブサイトを開覧している間はページの一部にオンラインショッピングカートが表示され続ける。また、一度ウェブサイトを去っても、再度訪れたときには、去る直前のカート内容が再現される。

図26は、カートクライアントをプラグインとして実装しているウェブページにアクセスした場合に表示される画面例である。前記図20と同様、ウェブページとカートの内容とがマルチフレーム表示されている。

【0093】

<他の実施形態例>

(A) 前述の実施形態例において、新たなカートが作成される場合、許可リストやカート名、カートのカテゴリに所定のデフォルト値を設定しておいても良い。さらに、購入候補品リスト、購入済品リスト、外部情報リスト、許可リストに所定のデフォルト値を設定しておいても良い。

【0094】

(B) 前述の実施形態例においては、カート内容とウェブページとを別フレームに表示したが、他の表示形態を用いてもよい。例えば、ウェブページ上に埋め込んでバナー広告などの形態で表示することも可能である。

(C) 前述の実施形態例においては、広告IDを表示していないが、これをカート内容の一部として表示しても良い。例えばユーザは、表示された広告IDを

通知して事業者に広告に関する問い合わせを行うことができる。

【0095】

(D) 前述した本発明の方法を実行するプログラムを記録した記録媒体は、本発明に含まれる。ここで記録媒体としては、コンピュータが読み書き可能なフロッピーディスク、ハードディスク、半導体メモリ、CD-ROM、DVD、光磁気ディスク(MO)、その他のものが挙げられる。

<付記>

(付記1)

ユーザがネットワークを介して第3者から商品を購入するシステムに用いられるオンラインセールスプロモーション方法であって、

前記商品に関する付加情報を第1ユーザに提供可能な前記第3者及び前記商品の指定を、第1ユーザから受け付け、

前記商品に関する商品情報及び第3者をカート識別情報により関連づけて記憶し、

指定された前記第3者に、前記カート識別情報及び商品情報を通知し、

指定された前記第3者のいずれかから前記付加情報を受信し、受信した前記付加情報を前記カート識別情報と関連付けて記憶し、

前記カート識別情報で関連付けられた前記商品情報、第3者及び付加情報を、前記第1ユーザに通知する、

オンラインセールスプロモーション方法。

【0096】

(付記2)

前記ネットワーク上で商品を購入するために必要な前記第1ユーザの決済情報を、前記カート識別情報と関連付けてさらに記憶し、

前記第1ユーザから商品の指定及び購入の指示を受け付け、

前記指定された商品を、前記決済情報を用いて購入する、

付記1に記載のオンラインセールスプロモーション方法。

【0097】

(付記3)

未購入商品と購入済み商品とを区別して記憶し、未購入商品と購入済み商品とを区別可能に前記第1ユーザに通知する、付記2に記載のオンラインセールスプロモーション方法。

カートに未購入商品と購入済み商品とを混在させておいておくことができ、しかも両者は区別可能な形態でユーザに通知される。

【0098】

(付記4)

前記カート識別情報と第1ユーザとは、互いに関連付けられて記憶されており

前記第1ユーザが他の第2ユーザを指定して譲渡を指示することにより、前記カート識別情報と関連付けられているユーザは、第1ユーザから第2ユーザに変化する、付記2に記載のオンラインセールスプロモーション方法。

【0099】

(付記5)

商品の購入に関する特典をユーザに付与するためのインセンティブ条件を予め定めておき、前記カート識別情報に関連付けられた情報に基づいて前記インセンティブ条件が満たされたか否かを判断し、前記判断に基づいて前記特典をユーザに付与する、付記2に記載のオンラインセールスプロモーション方法。

【0100】

(付記6)

前記第3者には、前記カート識別情報及び商品情報に加え、前記付加情報がさらに通知される、付記1に記載のオンラインセールスプロモーション方法。

商品を提供する第3者は、他の第3者がユーザに提供している価格やサービスを見ることが出来る。自身が付加情報を提供する際には、ユーザに対してPRすべき点を他社との比較において決めることができる。

【0101】

(付記7)

前記第3者には、前記カート識別情報及び商品情報に加え、他の前記第3者がさらに通知される、付記1に記載のオンラインセールスプロモーション方法。

商品を提供する第3者は、ユーザに付加情報を提供している他の第3者、すなわち自己の競争相手を知ることが出来る。従って、前記第6発明と同様に、自身が付加情報を提供する際には、ユーザに対してPRすべき点を他社との比較において決めることができる。

【0102】

(付記8)

前記カート識別情報に関連付けられた情報に基づいて所定のイベントの発生を監視し、前記所定のイベントが生じた場合、指定されている前記第3者に前記イベントの発生を通知する、付記1に記載のオンラインセールスプロモーション方法。

【0103】

(付記9)

前記第3者に課金するための課金条件を予め定めておき、前記カート識別情報に関連付けられた情報に基づいて前記課金条件に合致する第3者の発生を監視し、合致する第3者が発生した場合、前記第3者へ請求すべき課金情報を記憶する、付記1に記載のオンラインセールスプロモーション方法。

【0104】

(付記10)

前記商品情報に価格が含まれている場合、前記商品情報を収集及び分析し、商品と商品の価格との関係を示す分析結果を算出し、前記第1ユーザ及び／または前記第3者に提供する、付記1に記載のオンラインセールスプロモーション方法。

【0105】

(付記11)

ユーザがネットワークを介して第3者から商品を購入するシステムに用いられる装置であって、

前記商品に関する付加情報を第1ユーザに提供可能な前記第3者及び前記商品の指定を、第1ユーザから受け付ける受付手段と、

前記商品に関する商品情報及び第3者をカート識別情報により関連づけて記憶

する第 1 記憶手段と、

指定された前記第 3 者に、前記カート識別情報及び商品情報を通知する第 1 通知手段と、

指定された前記第 3 者のいずれかから前記付加情報を受信し、受信した前記付加情報を前記カート識別情報と関連付けて記憶する第 2 記憶手段と、

前記カート識別情報で関連付けられた前記商品情報、第 3 者及び付加情報を、前記第 1 ユーザに通知する第 2 通知手段と、

を備えるオンラインセールスプロモーション装置。

【0106】

(付記 12)

ユーザがネットワークを介して商品を購入するシステムに用いられるオンラインセールスプロモーションプログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体であって、

A ; ユーザが商品及び商品の購入予定先を選択したことを受け付けるステップと、

B ; 選択された商品と購入予定先とを、利用者と対応付けて記憶するステップと、

C ; 記憶された情報を、選択された購入予定先に通知するステップと、

D ; 購入予定先から配信されてきたかつ選択された商品に対する付加情報を、前記記憶した情報に対応付けて記憶するステップと、

E ; 記憶された内容に基づいて、選択した商品及び購入予定先と付加情報とを表示するステップと、

を実行するためのオンラインセールスプロモーションプログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体。

【0107】

(付記 13)

ユーザにネットワークを介して希望する商品及び購入予定先の販売者を選択させて希望商品リストを作成させ、

作成された当該希望商品リストを選択された販売者のみに通知し、

ユーザに選択された商品及び／または選択された販売者に応じた広告を、当該販売者から受信し当該ユーザに配信する、

オンラインセールスプロモーション方法。

【0108】

【発明の効果】

本発明を利用すれば、ユーザは自分自身で指定する事業者にカート内容を見せ、その事業者から広告などの付加情報をもらうことができる。ユーザの立場に立てば、信用している事業者から関心のある商品についての情報を提供してもらうことができ、ネットワーク上での購買の助けとなる。事業者の立場からは、ユーザが興味を持っている商品が分かるので、効果の高いマーケティング戦略を打つことができる。

【図面の簡単な説明】

【図1】

第1実施形態例に係るシステムの全体構成図。

【図2】

カートサーバ及びプロキシの機能ブロック図。

【図3】

カートサーバの詳細機能ブロック図。

【図4】

(a) カートDBの概念説明図。

(b) ストアDBの概念説明図。

【図5】

(a) アイテムDBの概念説明図。

(b) 課金DBの概念説明図。

【図6】

決済情報リストの概念説明図。

【図7】

許可リストの概念説明図。

【図8】

購入候補品リストの概念説明図。

【図 9】

購入済品リストの概念説明図。

【図 10】

外部情報リストの概念説明図。

【図 11】

課金情報リストの概念説明図。

【図 12】

事業者に送信されるカート内容の一例。

【図 13】

システム全体の処理の流れの説明図。

(a) カートの表示処理。

(b) 外部情報の受信処理

【図 14】

カートサーバが行うメイン処理の流れの一例を示すフローチャート。

【図 15】

カート内容の表示例 (1)。

(a) テキスト表示の例。

(b) アイコン表示の例。

(c) 許可リストの更新画面例。

【図 16】

カート内容の表示例 (2)。

(a) 許可リストが地図の形態で表示されている例。

(b) 許可リストと購入候補品リストとが混在して表示されている例。

【図 17】

(a) カート名入力ウインドウの一例。

(b) カテゴリ名入力ウインドウの一例。

【図 18】

購入候補品と購入済品とを区別して表示した画面例。

(a) テキスト表示の例。

(b) アイコン表示の例。

【図19】

外部情報の例（使用者からのコメント）。

【図20】

カートを他人に譲渡する場合の画面例。

(a) 譲渡する側の画面例。

(b) 譲渡された側の画面例。

【図21】

1日のスケジュールをカートの内容とした場合の画面例。

(a) 要求入力例。

(b) 提案（外部情報）表示例。

【図22】

スケジュール決定後の画面例。

【図23】

本発明のカートをオークションに適用した場合の画面例。

【図24】

カート内容の分析結果の表示例。

【図25】

第2実施形態例に係るシステムの全体構成図。

【図26】

第2実施形態例におけるウェブサイトとカートの内容との表示例。

【符号の説明】

1；ユーザ端末

2；事業者

3；カートサーバ

4；プロキシ

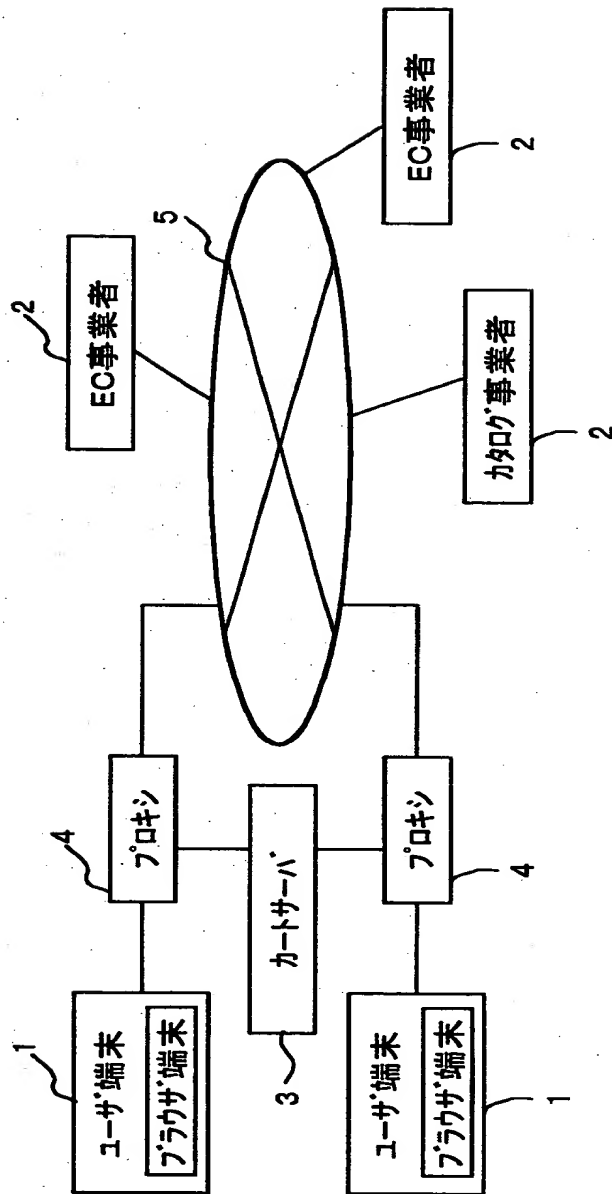
5；インターネット

【書類名】

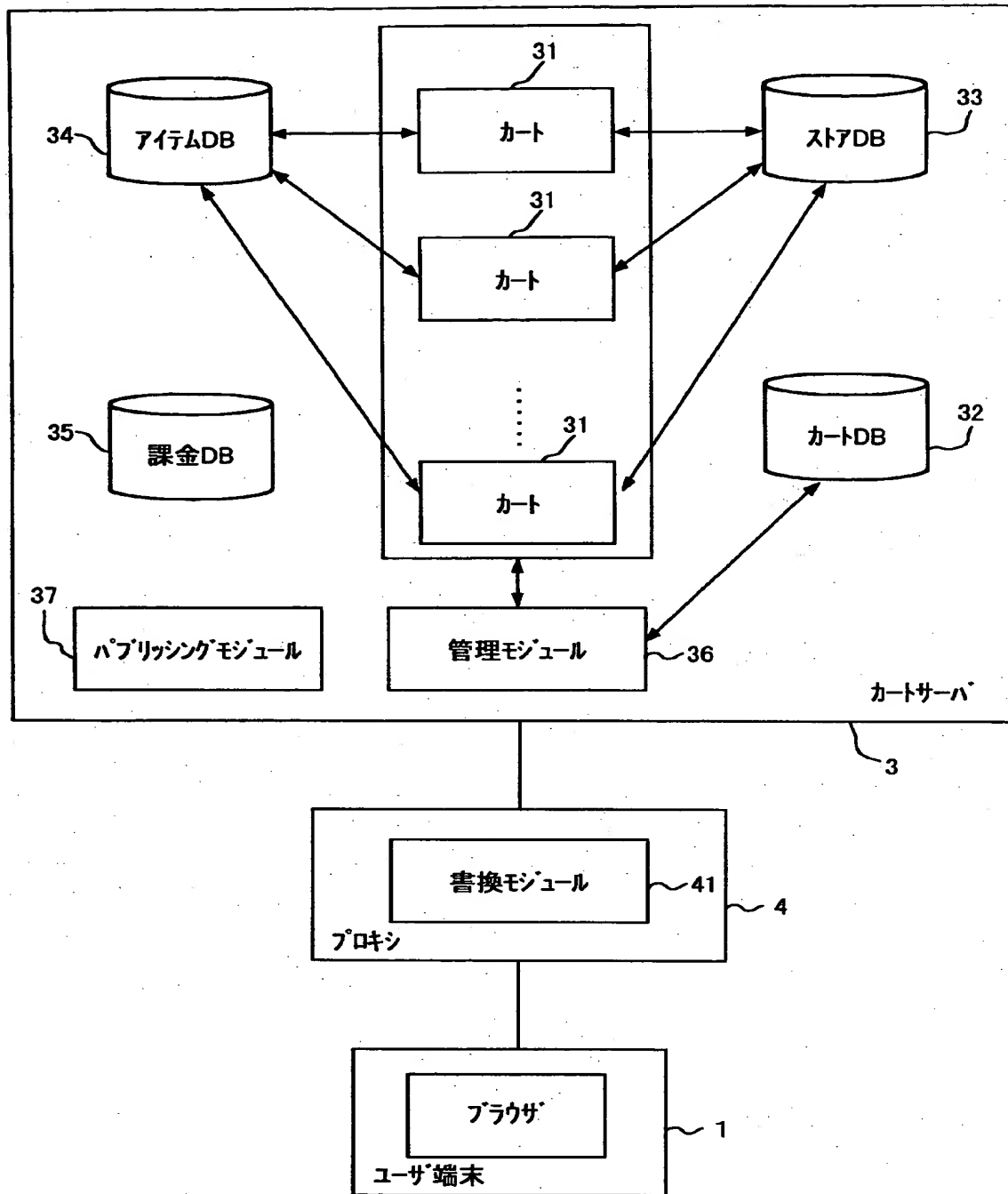
図面

【図1】

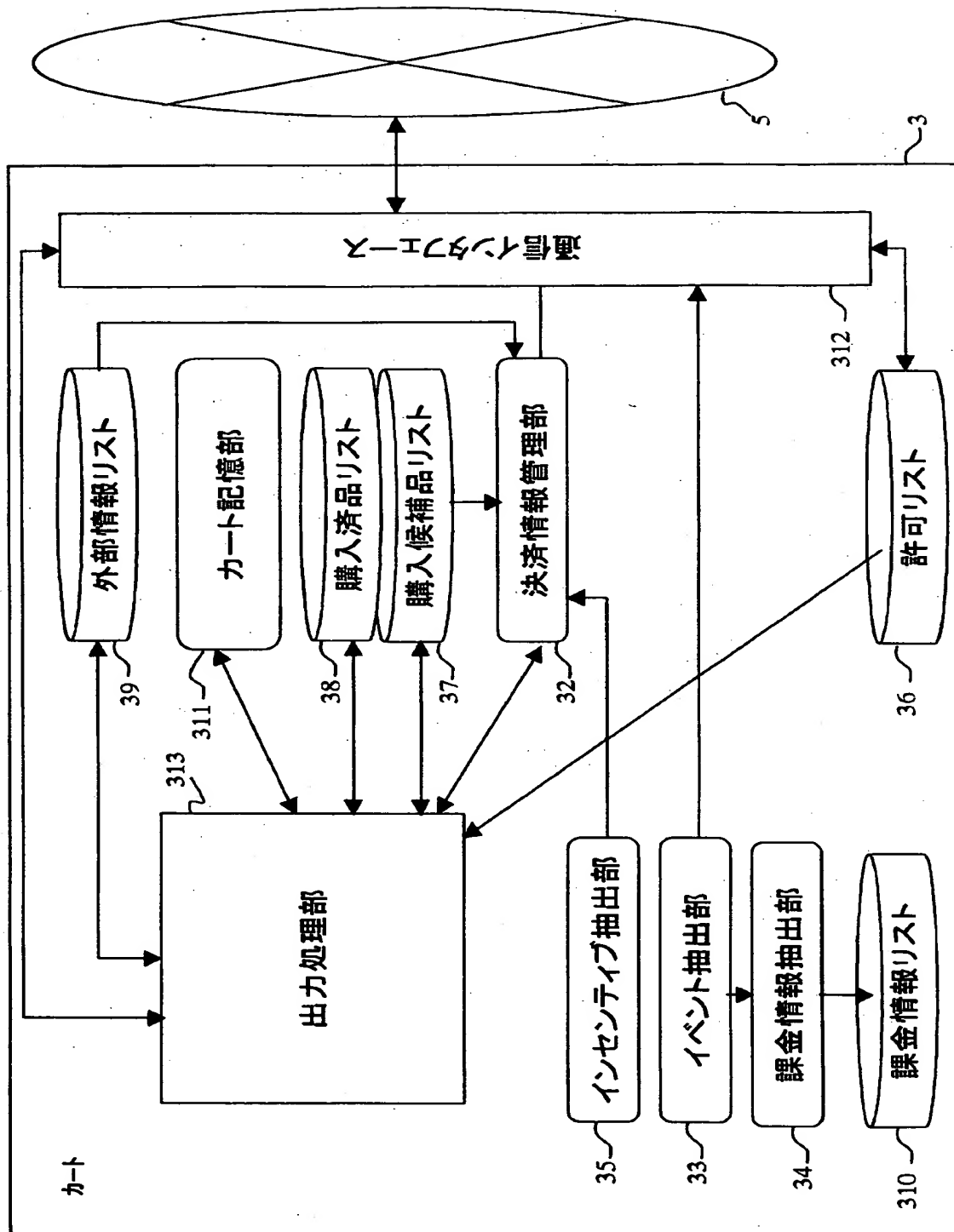
第1実施形態に係るシステムの全体構成図



【図 2】



【図3】



【図 4】

(a)

カートDBの概念説明図

カートID	ユーザ名
5432	Taro@fujitsu.co.jp
5433	Jiro@fujitsu.co.jp
5434	Taro@fujitsu.co.jp

(b)

ストアDBの概念説明図

```

<store_list>
  <store sid=0123>
    <name>赤ちゃん屋</name>
    <icon href="http://...">
    <address href="http://akachan-ya.com"/>
  </store>
  <store sid=0564>
    <name>人形の五月堂</name>
    <icon href="http://...">
    <address href="http://satsukido.com"/>
  </store>
  <store sid=0777>
    <name>ギフト本舗</name>
    <icon href="http://...">
    <address href="http://honpo.com"/>
  </store>
  <store sid=989>
    <name>33堂</name>
    <icon href="http://...">
    <address href="http://33do.com"/>
  </store>
  <store sid=0019>
    <name>熊本舗(株)</name>
    <icon href="http://...">
    <address href="http://kuma.com"/>
  </store>
</store_list>

```

【図 5】

(a)

アイテムDBの概念説明図

```

<item_list>
  <item id=1211>
    <name>ベビーカーA型</name>
    <icon href="http://..." />
  </item>
  <item id=5235>
    <name>雛人形(2体)</name>
    <icon href="http://..." />
  </item>
  <item id=3333>
    <name>ジャイアントベア</name>
    <icon href="http://..." />
  </item>
</item_list>

```

(b)

課金DBの概念説明図

ストアID	カートID	課金額	日付	口座
0123	5432	¥1200	2000/6/2	A銀行XX 1
	5434	¥600	2000/6/3	B銀行XX 2
0124	5561	¥5200	2000/5/30	C銀行ZZ
	5700	¥240	2000/6/1	A銀行YY
	5810	¥2400	2000/6/1	B銀行ZZ
⋮				

【図6】

●決済情報リスト

```
<paymentinfo>
  <credit id=1>
    <number>5250-XXXX-XXXX-XXXX</number>
    <holder>Taro Fuji</holder>
    <valid_through>"03/02"</valid_through>
    <description>MASTER</description>
  </credit>
  <credit id=2>
    <number>3584-XXXX-XXXX-XXXX</number>
    <holder>Taro Fuji</holder>
    <valid_through>"01/01"</valid_through>
    <description>JCB</description>
  </credit>
</paymentinfo>
```

【図7】

●許可リストの例

```
<permission_list>
  <permission>
    <store sid=0123>赤ちゃん屋</store>
    <address href="http://akacyan-ya.com/cart/taro/5432"/>
  </permission>
  <permission>
    <store sid=0564>人形の五月堂</store>
    <address href="http://satsukido.com/cart/taro/5432"/>
  </permission>
  <permission>
    <store sid=0777>ギフト本舗</store>
    <address href="http://honpo.com/cart/taro/5432"/>
  </permission>
</permission_list>
```

【図 8】

●購入候補品リストの例

{ {id=3333、12,000円、sid=<指定無し>} }

●購入候補品リストの例

{ {id=3333、10,000円、sid=0019 } }

(a) <wish_list>
 <item id=3333>
 <price>12000</price>
 <store> </store>
 ジャイアントベア
 </item>
 </wish_list>

(b) <wish_list>
 <item id=3333>
 <price >10000</price>
 <store sid=0019>熊本舗(株) </store>
 ジャイアントベア
 </item>
 </wish_list>

●購入候補品リストの例

```
<wish_list>
  <item id=1211>
    <price>23000</price>
    <store sid=0564>人形の五月堂</store>
    ベビーカー-A型
  </item>
  <item id=3333>
    <price >10000</price>
    <store sid=0019 >熊本舗(株) </store>
    ジャイアントベア
  </item>
</wish_list>
```

●購入済品リストの例

```
<settle_list>
  <item id=5235>
    <price>18000</price>
    <store sid=0989> 33堂</store>
    雛人形(2体)
  </item>
</settle_list>
```

【図9】

【図10】

●外部情報リストの例

```
<ad_list>
  <ad aid=222123>
    <store sid=0564>人形の五月堂</store>
    <item id=5235>雛人形(2体)</item>
  <ad_body>
    <html><head></head>
    <body>
      人形の五月堂20%引き好評セール中
    </body></html>
  </ad_body>
</ad>
</ad_list>
```

【図11】

●課金情報リストの例

- (a) {X旅行社、1,200円、課金先情報、
Yトラベル、300円、課金先情報}

●課金情報リストの例

- (b) {赤ちゃん屋、1,200円、課金先情報、
五月堂、5,300円、課金先情報、
雛人形ハウス 240円、課金先情報}

【図 12】

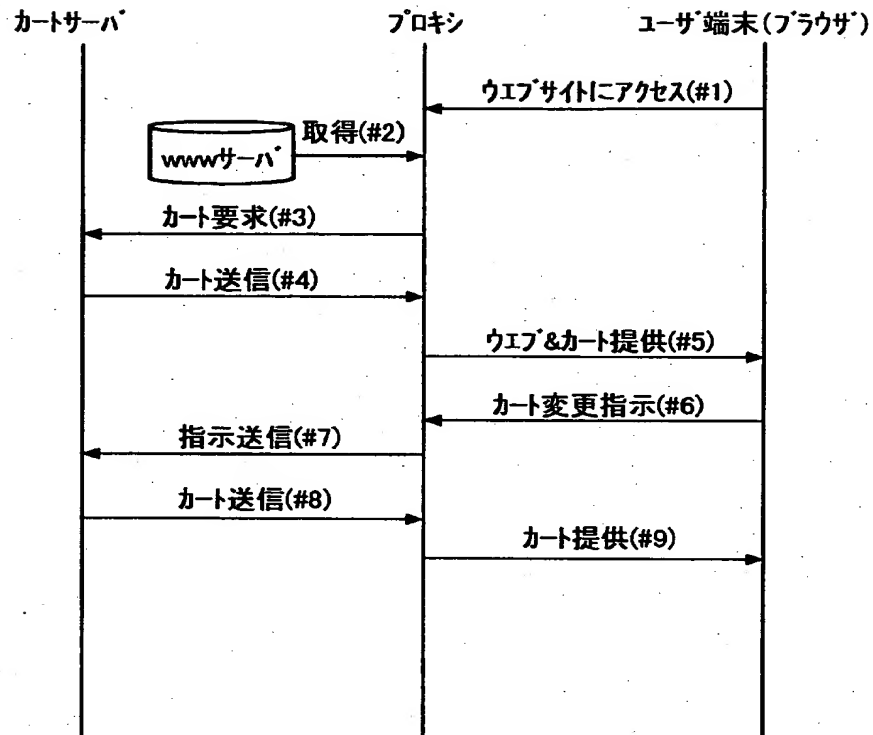
```

<cart id=5432>
  <name>孫の誕生祝い</name>
  <category>ギフト用品</category>
  <wish_list>
    <item id=1211>
      <price>23000</price>
      <store sid=0564>人形の五月堂</store>
      ベビーカーA型
    </item>
    <item id=3333>
      <price>10000</price>
      <store sid=0019>熊本舗(株)</store>
      ジャイアントベア
    </item>
  </wish_list>
  <settle_list>
    <item id=5235>
      <price>18000</price>
      <store sid=0989>33堂</store>
      雛人形(2体)
    </item>
  </settle_list>
  <ad_list>
    <ad aid=222123>
      <store sid=0564>人形の五月堂</store>
      <item id=5235>雛人形(2体)</item>
      <ad_body>
        <html><head></head>
        <body>
          人形の五月堂20%引き好評セール中
        </body></html>
      </ad_body>
    </ad>
    <ad aid=222158>
      <store sid=0019>熊本舗(株)</store>
      <item id=3333>ジャイアントベア</item>
      <ad_body>
        <html><head></head>
        <body>
          購入者X:とってもかわいくて、3歳の娘はいつも抱いて寝ています
        </body></html>
      </ad_body>
    </ad>
    <ad aid=222157>
      <store sid=0989>33堂</store>
      <item id=5235>雛人形(2体)</item>
      <ad_body>
        <html><head></head>
        <body>
          <img src=.../>メーカー保証書
        </body></html>
      </ad_body>
    </ad>
  </ad_list>
  <permission_list>
    <permission>
      <store sid=0123>赤ちゃん屋</store>
      <address href="http://..."/>
    </permission>
    <permission>
      <store sid=0564>人形の五月堂</store>
      <address href="http://..."/>
    </permission>
    <permission>
      <store sid=0777>ギフト本舗</store>
      <address href="http://..."/>
    </permission>
  </permission_list>
  <address href="http://cart.com/cart/5432"/>
</cart>

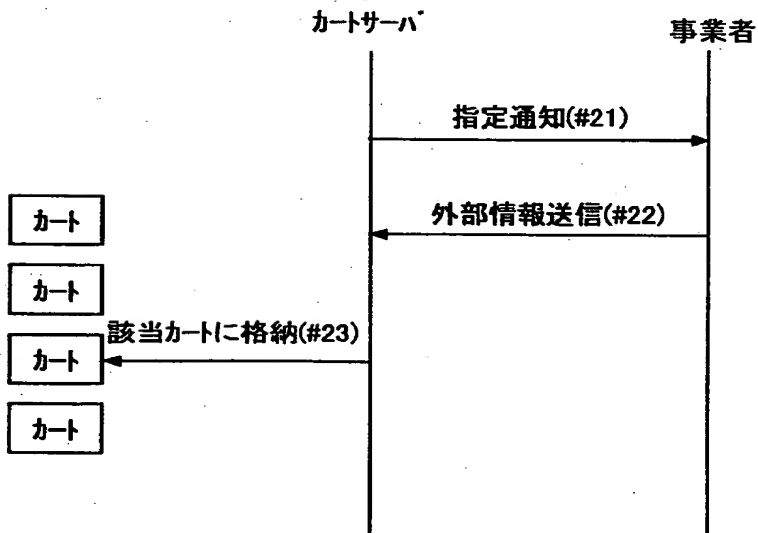
```

【図 1 3】

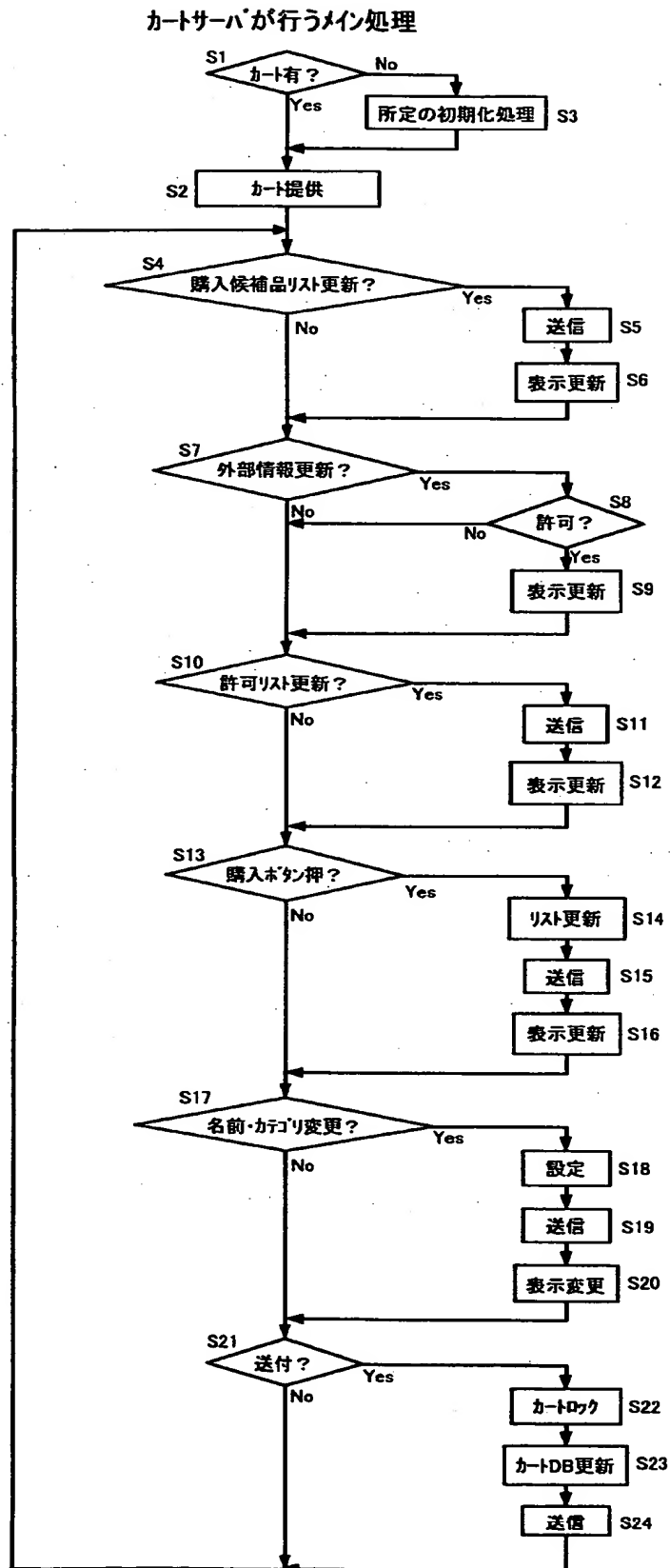
(a)
カートの表示処理



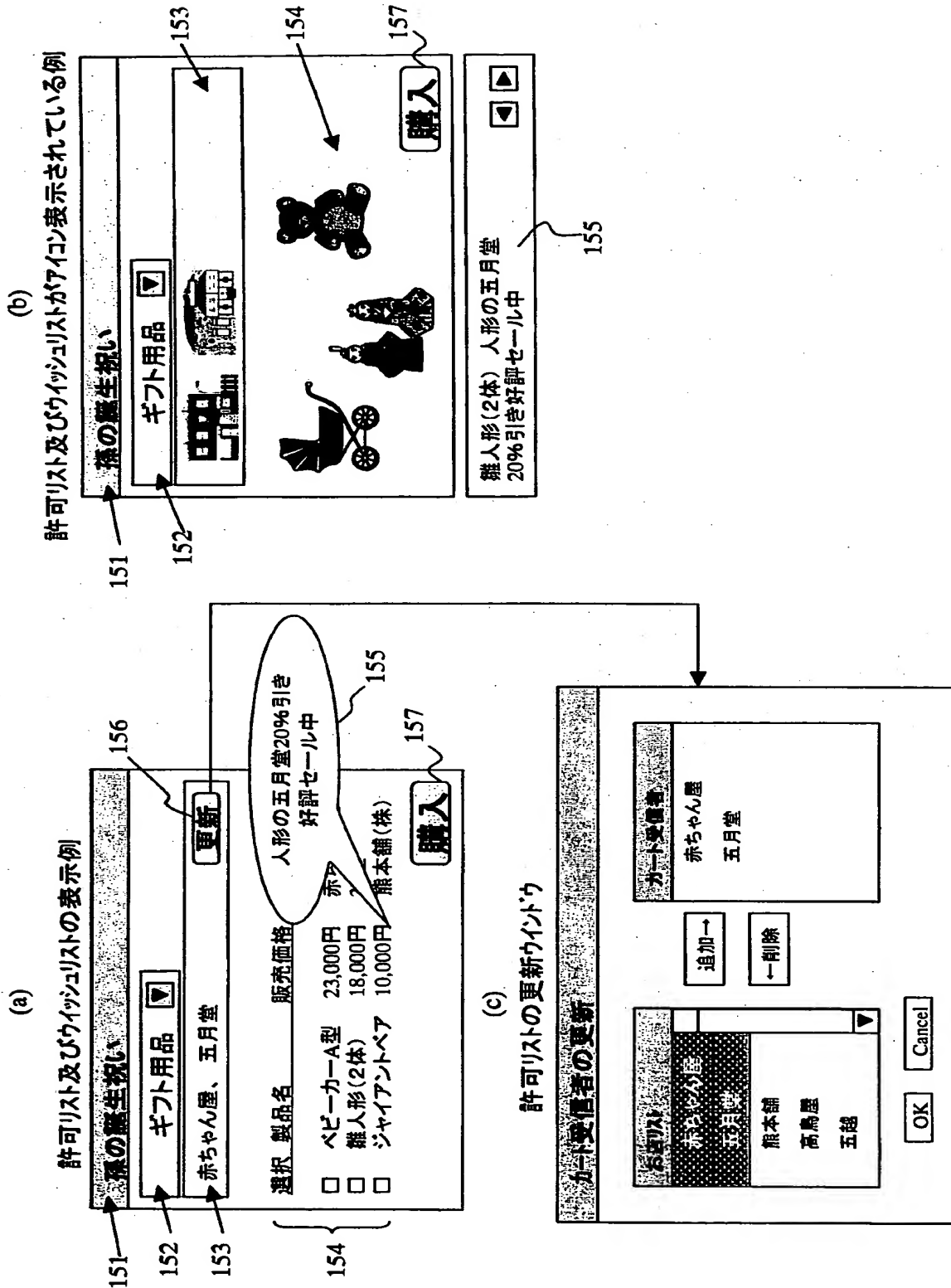
(b)
外部情報の受信処理



【図 14】



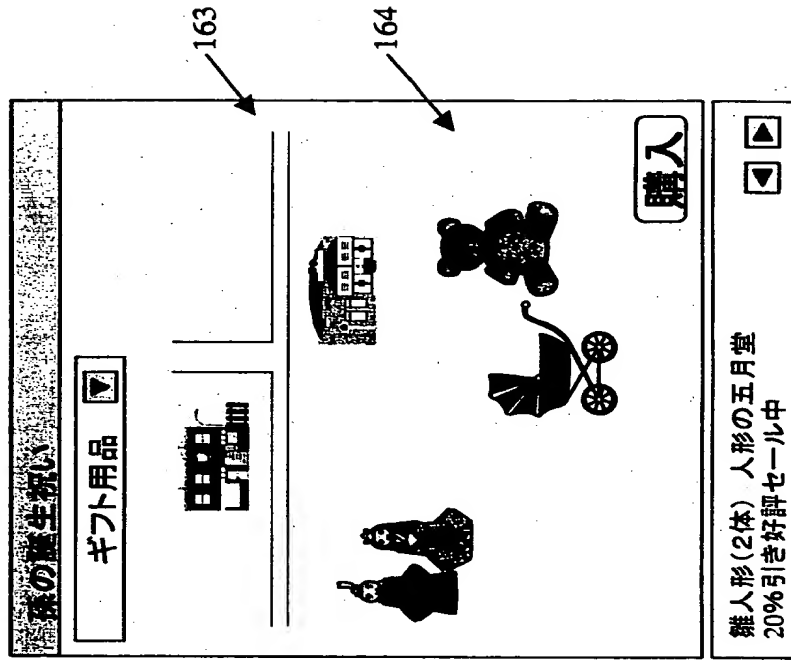
【図 15】



【図 16】

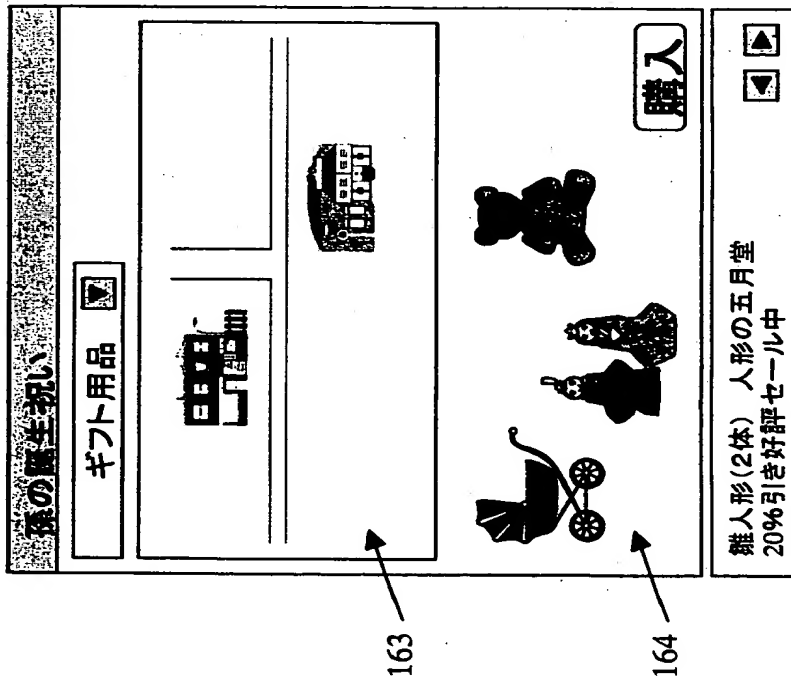
許可リストとウィッシュリストとが混在して表示されている例

(b)



許可リストが地図の形態で表示されている例

(a)



【図17】

(a)
カート名入カウインドウ






カートへ新しい名前を付ける	
元の名前	孫の誕生祝い
新しい名前	孫への
OK	CANCEL

(b)
カテゴリ名入カウインドウ


カートへ新しいカテゴリを付ける	
現在のカテゴリ	ギフト用品
新しいカテゴリ	行事・イベント <input checked="" type="checkbox"/>
OK	CANCEL

【図18】

(b)
購入済品の表示例

系の誕生祝い	
ギフト用品	
<div>    </div>	
購入	
雛人形:メーカー保証書 	
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	

(a)
購入済品の表示例

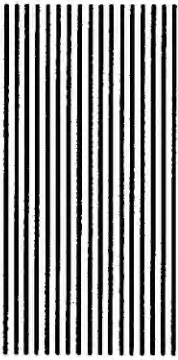
系の誕生祝い	
ギフト用品	更新
赤ちゃん屋、五月堂	
選択 製品名	販売価格
<input type="checkbox"/> ベビーカー-A型	23,000円
<input type="checkbox"/> 雛人形(2体)	18,000円
<input type="checkbox"/> ジャイアントベア	10,000円
メーカー保証書 	
33堂 熊本舗(株)	
購入	

【図 20】

(a)

高鳥屋

お歳暮コーナー



201

選択 製品名	メーカー名
<input checked="" type="checkbox"/> 高級のり	山元屋
<input checked="" type="checkbox"/> 洗濯洗剤パック	花押
<input type="checkbox"/> ワイン2本セット	参鳥井

送付

203

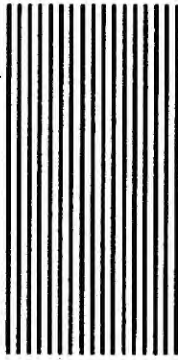
高鳥屋：次回もぜひ当店をご利用ください。
10%割引優待いたします。

202

(b)

高鳥屋

今月のお買い得



選択 製品名	メーカー名
<input type="checkbox"/> 高級のり	山元屋
<input checked="" type="checkbox"/> 洗濯洗剤パック	花押

決定

204

花押：新発売の洗剤の試供品をお送りします。

20

出 証 特 2000-3089036

【図21】

(a)

4月21日(金) 購入	
08:00-10:00	新幹線で移動?→
10:00-12:00	
12:00-14:00	大阪で会食
14:00-16:00	
16:00-18:00	
18:00-	宿泊?→
提供:X旅行社、Yトラベル	

—211

(b)


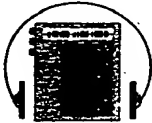
4月21日(金) 購入	
08:00-10:00	新幹線で移動?→手配しますか(X)!
10:00-12:00	
12:00-14:00	大阪で会食
14:00-16:00	
16:00-18:00	
18:00-	宿泊?→Aホテル(Y)!, Mホテル(X)!
提供:X旅行社、Yトラベル	

—211

【図22】

4月21日(金) 購入 ◀ ▶	
08:00-10:00 新幹線で移動[ひかり100号]	▲ ▼
10:00-12:00	
12:00-14:00 大阪で会食	
14:00-16:00	
16:00-18:00	
18:00- 宿泊[Aホテル]	
提供: X旅行社、Yトラベル	

【図23】

オンラインオーケション	
 	
購入	
にこにこ堂: デジタルカメラとウォークマン同時お 買い上げなら、さらに5%引きで25000円!	
◀ ▶	

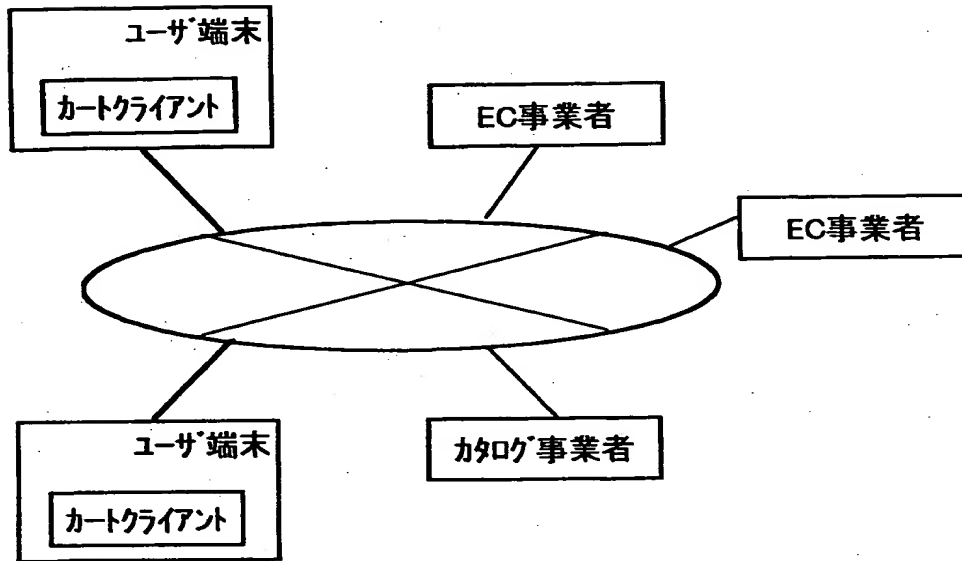
【図24】

オンラインショッピング情報パブリッシング例

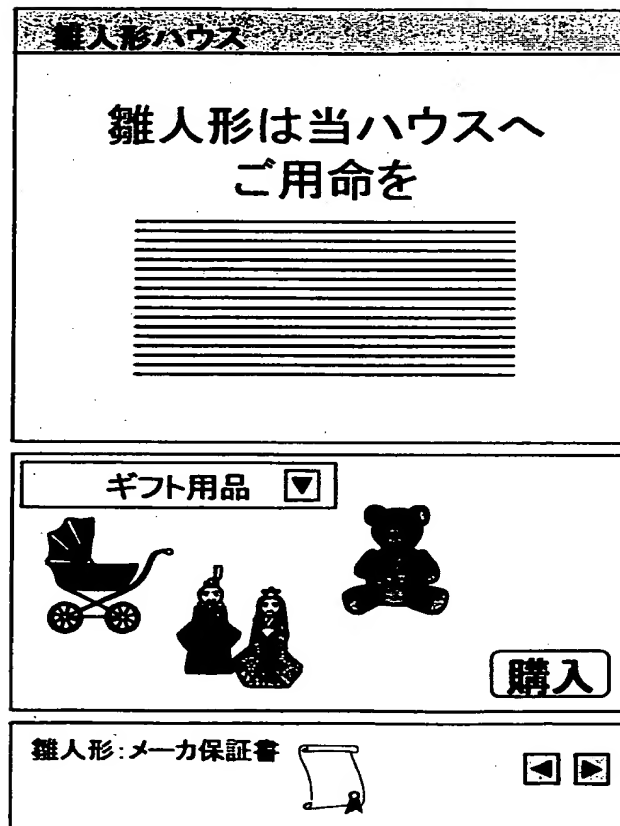
製品名	総売上台数	最低価格	最高価格	最多価格	販売店ランキング
デジカメα	467台	11,100円	15,700円	13,900円	Xデンキ、Y商店、...
ビデオデッキK	3台	32,000円	33,000円	32,000円	Z安売り王、....

【図 25】

第2実施形態例に係るシステムの全体構成図



【図 26】



【書類名】 要約書

【要約】

【課題】 ユーザと商品提供者との間で積極的な情報交換を行う。

【解決手段】 ユーザは、購入を考える商品154をカートに置き、商品提供者を指定してカート内容を通知する。指定された商品提供者153は、カートの内容を見ることで、ユーザが興味を持っている商品を知ることができる。さらに、指定された商品提供者153は、自身の商品についての広告などの付加情報155を、指定元のカートに提供することができる。ユーザは、信用している商品提供者から様々な付加情報を提供してもらうことにより、自分の希望にあう商品を見つけ、より満足度の高い購買をネットワーク上で行うことができる。

【選択図】 図15

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号

[000005223]

1. 変更年月日 1996年 3月26日

[変更理由] 住所変更

住 所 神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号
氏 名 富士通株式会社